

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Secara kelesuruhan, tingkat pengetahuan pengunjung terhadap isi ATLAS MAGAZINE adalah tinggi. Jika dilihat tingkat pengetahuan masing-masing indikator, maka tingkat pengetahuan terhadap produk (*product knowledge*) adalah tertinggi, diikuti dengan tingkat pengetahuan akan pemakaian (*usage knowledge*), dan yang terakhir adalah tingkat pengetahuan akan pembelian (*purchase knowledge*).

Pada hasil tabulasi silang antara tingkat pengetahuan secara keseluruhan dengan usia, pendidikan akhir, pekerjaan, penghasilan, dan kepemilikan member menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan di masing-masing kategori tersebut, kecuali pada tingkat pendidikan akhir. Dari tabulasi silang antara tingkat pendidikan akhir dengan tingkat pengetahuan terhadap isi menunjukkan perbedaan, mereka yang berlatar belakang pendidikan SD dan D1 ternyata memiliki tingkat pengetahuan yang sedang.

## V.2 Saran

Peneliti ingin memberikan saran kepada Atlas Sports Club untuk lebih menekankan pengetahuan akan pembelian (*purchase knowledge*) dalam isi ATLAS MAGAZINE. Dari hasil penelitian ini beberapa responden masih berada pada tingkat pengetahuan sedang, terutama informasi mengenai cara pembayaran *membership*.

Keterbatasan pada penelitian ini juga berada pada minimalnya perhatian yang penuh oleh responden pada setiap pernyataan sehingga responden bisa saja memberikan jawaban pada setiap pernyataan tersebut sehingga dengan tidak benar-benar membaca setiap pernyataan tersebut dengan seksama. Akan menjadi lebih menarik apabila pada penelitian selanjutnya terdapat penelitian mengenai *content analysis* yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi dengan metode variabel yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Cahya, Inung. 2012. *Menulis Berita di Media Massa*. Citra Aji Parama: Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Engel, J. F, Blackwell, R. D, & Miniard, P. 1994. *Perilaku Konsumen* (8Th ed). United States of America: The Dryden Press.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurlock, Elizabeth. (1997). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, F. 1988. *Periklanan (3rd)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Mubarak, Wahid Iqbal. (2007). *Promosi Kesehatan: Suatu Pengantar Proses Belajar Mengajar dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Newsom, Doug and Jim Haynes. 2005. *Public Relations Writting: Form and Style*. USA: Thomson Wadsworth.

Ruslan, R. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (edisi revisi)*. Jakarta: Rajawali Pers

Singarimbun, Masridan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES.

Siregar, Ashadi dan Pasaribu, Rondag. 2000. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wawancara: Ratri Shanti, Executive Marketing Atlas Sports Club pada tanggal 15 Mei 2015, pukul 15.00 WIB.

Wawancara: Ratri Shanti, Executive Marketing Atlas Sports Club pada tanggal 22 Juli 2015, pukul 11.00 WIB.